



**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EKONOMI, DAN
KEMANUSIAAN TERHADAP PREFERENSI KONSUMSI
PRODUK PRO-ISRAEL DALAM MENYIKAPI ISU
PEMBOIKOTAN**

SKRIPSI

INDIRA FADHILLA PUTRI 2110116066

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA
2025**



**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EKONOMI, DAN
KEMANUSIAAN TERHADAP PREFERENSI KONSUMSI
PRODUK PRO-ISRAEL DALAM MENYIKAPI ISU
PEMBOIKOTAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memeroleh Gelar Sarjana Ekonomi

INDIRA FADHILLA PUTRI 2110116066

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM
SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Indira Fadhilla Putri

NIM : 2110116066

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 20 Desember 2024

Yang menyatakan,

A red wax seal stamp is placed over the signature. The stamp features a central emblem with a figure and the text "TERAI TEMPEL" and "DEK 1160000" below it. The signature "Indira Fadhilla Putri" is written in black ink across the stamp.

(Indira Fadhilla Putri)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indira Fadhilla Putri
NIM : 2110116066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Media Sosial, Ekonomi, dan Kemanusiaan Terhadap Preferensi

Konsumsi Produk Pro-Israel dalam Menyikapi Isu Pemboikotan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Desember 2024

Yang menyatakan, materai



(...Indira Fadhilla Putri...)

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL, EKONOMI, DAN KEMANUSIAAN TERHADAP PREFERENSI KONSUMSI PRODUK PRO-ISRAEL DALAM MENYIKAPI ISU PEMBOIKOTAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

INDIRA FADHILLA PUTRI 2110116066

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 3 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.
Ketua Penguji



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si. CDIF
Penguji I



Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Penguji II (Pembimbing)




Dr. Jabaedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025

The Influence of Social Media, Economy, and Humanity on the Preference for Consuming Pro-Israel Products in Responding to the Boycott Issue

By Indira Fadhillia Putri

Abstract

This study aims to analyze the influence of social media, economic factors, and humanitarian values on consumer preferences for Pro-Israel products amidst the boycott issue. The Israel-Palestine conflict, which gave rise to the Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) movement, serves as the primary context. A quantitative approach was employed using a survey method involving 120 students from the Jabodetabek region. Data were analyzed using Partial Least Squares (PLS) to examine the relationships between variables. The results show that social media significantly influences consumption preferences by shaping public opinion and disseminating information. Economic factors, such as consumer expenditure and price factor, play a critical role in purchasing decisions. Humanitarian values serve as the primary driver for supporting boycotts, reflecting moral solidarity and a sense of justice. These findings provide valuable insights for businesses and activists in devising effective strategies to navigate the social and economic pressures of global boycott movements.

Keywords : *boycott, consumer preferences, economy, humanitarian, social media*

Pengaruh Media Sosial, Ekonomi, dan Kemanusiaan Terhadap Preferensi Konsumsi Produk Pro-Israel dalam Menyikapi Isu Pemboikotan

Oleh Indira Fadhillia Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, faktor ekonomi, dan nilai-nilai kemanusiaan terhadap preferensi konsumsi produk pro-Israel di tengah isu pemboikotan. Konflik Israel-Palestina, yang memunculkan gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS), menjadi latar belakang utama. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 120 mahasiswa di wilayah Jabodetabek. Analisis data dilakukan dengan Partial Least Squares (PLS) untuk menguji hubungan antara variabel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial secara signifikan memengaruhi preferensi konsumsi melalui penyebaran informasi dan pembentukan opini. Faktor ekonomi, seperti pengeluaran konsumsi dan faktor harga berperan penting dalam keputusan pembelian. Faktor kemanusiaan menjadi pendorong utama dukungan terhadap boikot, mencerminkan solidaritas moral dan nilai keadilan. Temuan ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dan aktivis dalam merumuskan strategi yang efektif menghadapi tekanan sosial dan ekonomi dari gerakan boikot global.

Kata kunci : ekonomi, kemanusiaan, media sosial, pemboikotan, preferensi konsumsi



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Jumat , tanggal 03 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Indira Fadhilla Putri**

No.Pokok Mahasiswa : **2110116066**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EKONOMI, DAN KEMANUSIAAN TERHADAP PREFERENSI
KONSUMSI PRODUK PRO-ISRAEL DALAM MENYIKAPI ISU PEMBOIKOTAN**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prima Dwi Priyatno, B.A.,M.E.	Ketua	1.
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si.,CDIF	Anggota I	2.
3	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 03 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohana, M.E.L,CDIF.

PRAKATA

Puji syukur yang mendalam penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Media Sosial, Ekonomi, dan Kemanusiaan Terhadap Produk Pro-Israel dalam Menyikapi Isu Pemboikotan" dengan baik dan tepat waktu, sekaligus menyelesaikan studi dengan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah. Dalam proses penyusunannya, penulis merasa sangat bersyukur atas berbagai dukungan yang diterima, baik berupa dukungan materiil, spiritual, maupun penyediaan informasi. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada::

1. Kesehatan yang diberikan oleh Allah SWT memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini dengan sukses.
2. Orang tua penulis yang memberi do'a dan dukungan selama penulis menempuh studi.
3. Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D sebagai dosen pembimbing I dalam penulisan skripsi
4. Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah.
5. Teman-teman dan kerabat penulis yang telah memberikan dukungan moral serta doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, penulis sangat menghargai segala kritik dan saran konstruktif yang dapat membantu meningkatkan kualitas skripsi ini. Penulis juga berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 03 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Preferensi Konsumsi.....	10
2.1.2 Media Sosial	11
2.1.3 Ekonomi	12

2.1.4 Kemanusiaan	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Model Penelitian.....	26
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1 Definisi Operasional.....	27
3.1.2 Definisi Pengukuran Variabel	29
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.1.1 Populasi.....	30
3.1.2 Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1 Jenis Data	32
3.3.2 Sumber Data	32
3.3.3 Pengumpulan Data	33
3.4 Teknik Analisis Data	33
3.4.1 Teknik Analisis Data	33
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	34
3.4.3 Model Pengukuran (Outer Model)	35
3.4.4 Model Struktural (Inner Model)	37
3.5 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.1.1 Preferensi Konsumsi Produk Pro-Israel	40
4.2 Deskripsi Data Penelitian	40
4.2.1 Deskripsi Data Responden	41
4.3 Analisis Data Deskriptif	44
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis.....	51
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)	51
4.4.2 Model Struktural (Inner Model).....	55

4.5 Pembahasan	57
4.5.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Preferensi Konsumsi.....	57
4.5.2 Pengaruh Ekonomi terhadap Preferensi Konsumsi	59
4.5.3 Pengaruh Kemanusiaan terhadap Preferensi Konsumsi	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan	64
5.3 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	26
Gambar 2 Tanggapan Responden Terhadap Preferensi Konsumsi.....	44
Gambar 3. Tanggapan Responden Terhadap Media Sosial	46
Gambar 4. Tanggapan Responden Terhadap Ekonomi.....	48
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap Kemanusiaan	49
Gambar 6. Output SmartPLS	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Metode Promosi yang Sering Digunakan	2
Tabel 2. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (2023)	5
Tabel 4. Elastisitas Harga Produk Pro-Israel (2023).....	6
Tabel 5. Matriks Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 6. Skala Likert	29
Tabel 7. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks.....	35
Tabel 9. Parameter Tingkat Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	37
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia.....	41
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	42
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	43
Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Jenis Media Sosial.....	43
Tabel 15. Outer Loading	51
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	53
Tabel 17. Tabel Uji Reliabilitas	54
Tabel 18. Tabel Uji T	55
Tabel 19 Tabel Uji R-Square	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi.....	75
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 3. Data 120 Kuesioner	80
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Kuesioner	98
Lampiran 5. Hasil Analisis Data Deskriptif.....	100
Lampiran 6. Output Outer Model PLS 4.0.....	102
Lampiran 7. Hasil Output Model PLS 4.0	103
Lampiran 8. Kartu Monitoring Bimbingan	105